

УДК 316.72:[316.772.2+165.242.2]

Мальцева К. С.

КОМУНІКАТИВНА НОРМА В КУЛЬТУРІ: МОВНІ СТИЛІ ЧОЛОВІКІВ І ЖІНОК

У центрі даної статті знаходиться проблематика комунікативної норми, в тому числі аспекти розбіжностей у виборі комунікативних каналів у різних культурних системах як фактор ускладнення трансляції повідомлень у ситуаціях міжкультурного контакту. Як комунікативні норми, зумовлені соціальною статтю в рамках певної культурної системи, розглядаються особливості жіночих та чоловічих мовних стилів.

*Пока думаешь, что сказать, —
делай реверанс! Это экономит время.*

Л. Кэрролл.
«Алиса в Зазеркалье»

Специфіка комунікативних каналів культурної системи

У різних культурних системах фіксуються подекуди дуже значні розбіжності в способах організації інформації та роботі з нею. Специфіку комунікативних каналів культурної системи визначають властивий їй режим інформаційного потоку, зокрема швидкість трансляції повідомлення, та інформаційні обмеження обсягу інформації, який вважається достатнім у межах комунікативного сценарію даної культури, тобто для стандартної взаємодії.

Культури різняться залежно від того, наскільки розгалуженою є інформаційна мережа індивіда всередині культурної системи і наскільки він потребує допоміжної інформації зовні. У цьому ракурсі умовно виділяють культури високого та низького рівня контекстуалізації (high and low context cultures) [1]. У культурах першої групи основний зміст повідомлення переважно втілюється в особі комуніканта і підтримується його внутрішніми смислотворчими ресурсами, ніж передається у кодованій, експліцитній формі; у культурах другої групи — навпаки.

Інформаційна мережа культури з високим рівнем використання контексту дозволяє її представникам існування в «інформаційному морі». Оскільки її принципи організації інформації дозволяють їм відносно вільний доступ до інформації та її надходження одночасно з багатьох джерел, індивід у такій культурі здатний отримувати інформацію безпосередньо; в рамках таких суспільств ефективність спроб «приховування» інформації чи інформаційної блокади є маловірогідною. Внутрішня інтенсивність інформаційних потоків у культурі високого кон-

текстовживання передбачає паралельну роботу з інформацією різного спрямування (тобто такі культури також належать до культур поліхронного часу) [2]; яскравим прикладом цієї характеристики можуть бути французька чи італійська культури. Також важливою ознакою культур високого рівня контекстуалізації є нерозділення у комунікативній ситуації інформації формального та особистісного наповнення. Типовими в аспекті проявів перерахованих тенденцій є середземноморські, латиноамериканські та арабські культури, а також Японія. У свою чергу, прикладами культур низького рівня контекстовживання є північноєвропейські культури та США, де обробка інформації відбувається стадіально, різними інстанціями, та існує помітна «інформаційна спеціалізація».

Спілкування чи повідомлення із високим рівнем вживання контексту може бути охарактеризоване, в тому числі, як стратегія непрямих висловлювань та вживання натяків, до яких учасники комунікації є чутливими внаслідок інтенсивного притоку інформації. З іншого боку, на відміну від представників культур низького контекстовживання, представники культур з високим рівнем контекстуалізації значно менше потребують додаткової інформації чи детальних пояснень, оскільки їхні практики організації інформації спираються на їх розгалужені інформаційні мережі і є автономними.

У контексті використання комунікативного часу виділяють культури монохронного та поліхронного типів [3]. Монохронні культури передбачають виконання одного завдання і концентрацію уваги на ньому одному; їх представники шанобливо ставляться до пунктуальності, серйозно розглядають часові обмеження та встановлені терміни. Типовою монохронною культурою є німецька культура. У свою чергу, поліхронні культури дозволяють виконання кількох завдань водночас, легко сприймають перебуван-

ня та відволікання, не схильні абсолютизувати часові обмеження та плани і багато в чому орієнтуються на людей, ніж на виконання поставлених перед ними завдань (особливо в питаннях запізнь та зайнятості).

Властивий культурному середовищу ритм комунікативної взаємодії також відображає особливості сприйняття та роботи із часом у даній культурній спільноті. Неспівпадіння ритмів двох культур часто стає перешкодою для взаємодії їх представників, оскільки вживання неадекватного режиму комунікативного часу може містити образливі модули чи спричиняти випадіння повідомлення з поля уваги співбесідника.

Таким чином, аналіз принципів організації інформації в культурній системі дозволяє зафіксувати суттєві розбіжності між традиційними формами роботи з інформацією в різних культурах. Ставлення до інформації та використання інформаційних ресурсів у комунікації відображає фактори протікання комунікативної ситуації в рамках культурної системи, а обмеження на інформаційні потоки є так само похідними від культури.

Вербальний та невербальний комунікативні канали

У реальному спілкуванні люди не обмежені використанням виключно мовних кодів. Канали, якими передаються повідомлення в рамках певної культурної системи, можуть відрізнятися в різних культурах. У рамках певної культури невербальні сигнали можуть спрямовувати комунікацію, робити смислові наголоси та підсилювати висловлювання через його жестове дублювання, створювати контекст, вказувати на статус мовця, заміняти слова і речення тощо. На відміну від вербальної комунікації, що використовує мовні коди, невербальний канал спрямований на трансляцію емоційних станів і є менш надійним у питанні тлумачення повідомлень: крім вагомих індивідуальних та ситуативних розбіжностей, невербальні сигнали можуть сильно варіювати від культури до культури, бути неоднозначними. Проте невербальні сигнали є більш надійним свідченням у плані встановлення культурної ідентичності індивіда, оскільки «втеча» від культурно зумовлених поведінкових патернів неможлива.

Розбіжності у комунікативних каналах різних культур можуть полягати у виборі вербального чи невербального каналу для трансляції певного повідомлення. Існують культурні спільноти, де певні сигнали вирізняються тим, що передаються невербально. Наприклад, китайці можуть дякувати, злегка похлопуючи долонею по столу, не використовуючи при цьому мовних

формул. Невербальні сигнали є значущими для соціальної взаємодії, особливо в тій її частині, коли йдеться про трансляцію оточуючим свого ставлення, оцінки (подобається — не подобається), емоції тощо. Незважаючи на суттєвий відсоток генетично зумовлених мімічних виразів обличчя, в ситуаціях крос-культурної комунікації великого значення набуває культурно зумовлений «мімічний діалект» (facial dialect), що не зводиться тільки до вроджених мімічних реакцій [4].

Комунікативна норма в культурі

У цьому ракурсі особливо цікавими для аналізу стають випадки відхилення від комунікативної норми, вживання «неправильних» патернів (мовчання, надмірне говоріння, використання невідповідної ситуації лексики тощо), які порушують стандартні умови комунікативної ситуації через нехтування культурно-встановленим етикетом і тягнуть за собою можливі непорозуміння. Є сенс звернутися до деяких комунікативних схем, щоб показати наслідки їх зміни та вказати на лакуни, що виникають при цьому у сфері етикету.

Так, звертання у мовному спілкуванні відіграє визначальну роль поряд із самим повідомленням, будучи своєрідним культурно та соціально зумовленим способом взаємодії адресанта та адресата, створення між ними особливого комунікативного простору. На складності у перекладі звертань у текстах наголошує М. Кронгауз [5], вбачаючи у звертанні один з витоків лакун етикету. У цьому контексті особливий інтерес викликають випадки неправильного використання звертань. Порушення стандартних умов використання звертань (неправильний вибір формули звертання чи зміна регістру, оцінки, дистанції тощо) спричиняють настання різноманітних прагматичних ефектів.

Наприклад, у сучасній Франції форма усного звертання до незнайомої жінки не є жорстко фіксованою. Найбільш уживаною формою звертання є *madame* (форма *mademoiselle*, так само як її аналог у німецькій мові *Fraulein*, є мало поширеною; втім, звертання *mademoiselle* закріпилося як традиційне звертання до секретарів, офіціанток тощо). Проте назвати незнайому молододу (одружену) жінку *mademoiselle* цілком прийнятно. У письмовій мові перевага надається звертанню *madame*. Поряд з тим в англійській письмовій мові ця ситуація регулюється створенням спеціальної форми (*Ms.*) для звертання до жінок, чий маритальний статус не уточнюється.

З іншого боку, в деяких комунікативних ситуаціях передбачено репліки, що не обов'язково несуть інформацію і навіть не обов'язково

викликають реакцію співбесідника. Наприклад, у французів прийнято, заходячи у людне приміщення, вітатися з усіма присутніми одночасно спеціальною фразою («Messieurs, Dames!») і так само прощатися. Відповіді ця репліка не вимагає, але відсутність цієї репліки буде помічена.

Формули ввічливості також становлять важливу категорію ознак, в яких проявляється інокультурне походження індивіда: вміння правильно використовувати відповідні ситуації формули ввічливості також є набутом соціалізації в культурі і входить до складу «автоматизмів» культурного виховання.

Люди зав'язують стосунки частково шляхом сигналізування одне одному про своєрідне зближення та взаємний інтерес. Цей тип привітної поведінки іноді класифікується як «позитивна ввічливість» (термін не несе оціночного навантаження і не стосується «гарної», «якісної» ввічливості) [6]. Позитивна ввічливість робить людей більш чутливими до «позитивного обличчя» одне одного, яке є надзвичайно важливим для індивіда в ракурсі його позитивної ідентичності. У свою чергу, демонстрація приязні за своєю значущістю корелює із демонстрацією поваги, яка знаходиться ближче до негативного обличчя та негативної ввічливості; принесення вибачень є стратегією негативної ввічливості [7].

Ситуації вживання фраз вибачення можуть не збігатися в різних культурах. З одного боку, існують формули ввічливості (forms of polite usage), що здатні вводити в оману щодо почуттів та намірів мовця. З іншого боку, вживання вибачень може регулюватися різними культурними контекстами. Наприклад, транспортну ситуацію, в якій одна людина штовхнула іншу, різні культури оцінюють по-різному. Для шведської культури, де ситуація ненавмисного доторку лишається фактично непоміченою, такий вчинок, відповідно, не вимагатиме вибачення. В американському середовищі, де тілесний контакт і будь-яке втручання в особистий простір іншого не заохочуються, необхідно негайно принести свої вибачення.

Неправильне розуміння «повідомлення» може бути спровоковано різними факторами і в межах однієї мови, навіть коли в комунікації беруть участь представники однієї культури [8]. Можна легко проілюструвати сказане такими прикладами, як висока швидкість мови, акцент, неспівпадіння лексичних та граматичних одиниць у варіаціях діалектів тощо. Цікавим випадком непорозуміння між представниками однієї культури також може стати комунікація між чоловіками та жінками [9]. Розмовні стилі чоловіків та жінок суттєво відрізняються. Помилкове сприйняття жіночого дискурсу чоловіками сто-

сується в першу чергу переоцінювання ними ставлення та реакції співбесідниці. Так, чоловіки схильні приймати підтримуючі сигнали (minimal positive response) — кивання головою, експлетивні висловлювання, позитивні частки «так», які для жінок є лише засобом заохочення та підтримання розмови і сигналом своєї включеності в неї, за позитивну позицію слухача і підтримання позиції оповідача щодо змісту повідомлення; відзначається, що такими мовними маркерами жінки користуються значно частіше. Те саме стосується ролі питальних речень, які і сприйнятті жінок сприяють лише підтриманню розмови, але не є свідченням готовності підтримати позицію мовця чи дати пораду, включатися в діяльність тощо. Важливо також відзначити схильність у сприйнятті чоловіків прив'язувати кожне наступне висловлювання до попереднього висловлювання, що не завжди відображає структуру жіночих висловлювань. Те саме можна сказати про зміни теми розмови та її динаміки. Інтерпретація мовної агресії також становить суттєве поле непорозумін між чоловіками та жінками [10]. Цю тему буде розгорнуто більш докладно у четвертому розділі статті.

Також важливу роль для адекватного прийняття повідомлення мовця відіграють правила побудови мовного акту та його динаміка. Розбіжності у послідовності структури розмови, властиві різним культурним спільнотам, так само можуть бути дезорієнтуючими. Наприклад, чітке дотримання послідовності запитання/відповідь є важливим атрибутом у структурі спілкування багатьох африканських народів, і її порушення є деструктивним для результатів комунікації та комунікативної ситуації взагалі. Для деяких інших народів подібне правило не має такого значення. З іншого боку, в деяких азіатських культурах у розмові дотримуються спеціальних принципів, що регулюють правила давання позитивних та негативних відповідей [11].

Так само важливо враховувати специфіку організації комунікативного процесу, структуру вживання комунікативного акту та наявність епізодів різноманітного призначення у спілкуванні. Властиві різним культурним системам. Послідовність «несучих» смислових частин розмови також може не збігатись у рамках різних культур і тим самим суттєво впливати на перебіг комунікації. Так, діловий розмовний стиль американців розміщує висловлення головної думки на початку розмови, тобто в її першій частині (на письмі — у першому реченні, що закріплюється в кінці в останньому абзаці тексту). Тим часом у межах арабської культури ділова розмова традиційно розгортається після «ввідного» обміну компліментами, а бізнесові переговори розпочи-

наються після увертюри — неформальної бесіди, перед тим як перейти до обговорення питань, що є предметом зустрічі; тим часом представники американської культурної зони зорієнтовані на швидке проходження зустрічі, що починається одразу з головного і завершується вирішенням певного питання [12]. Крім того, існування культурно-специфічних обмежень на говоріння (межа «багатослівності», монополізація мовлення), жестикуляцію, висловлення емоцій відображається на відповідній оцінці самої комунікативної ситуації та якостей співбесідника. Всі ці особливості побудови мовних актів у різних культурах можуть становити привід для непорозумінь та бути причиною комунікативних утруднень під час контакту між представниками різних культур.

У свою чергу, розміщення інформативної навантаженості відрізняється своєю нерівномірністю як компонент організації комунікативного акту і варіює від культури до культури. Так, діловий комунікативний стиль італійців передбачає головною стратегією привернення уваги до свого висловлювання підвищення голосу у вихідній точці розмови; після проходження «критичної точки» (deadlock) початку власне обговорення проблеми зростає важливість мовних фігур та гнучкості формулювань у другій половині розмови, що призводить до інтенсифікації мовних засобів у кінці комунікативного акту. Фінський комунікативний стиль не надає такого значення мові і передбачає «озвучення» тільки істотної інформації; комунікативний акт характеризується стислістю висловлювань, що дедалі зростає в міру наближення до завершення комунікації. Японська ділова мовна стратегія керується прагненням до створення та підтримання гармонійних стосунків, і тому перша фаза (до критичної точки) характеризується відстороненістю від бізнесової тематики і виконує функцію ввічливості, після чого відбувається рівний перехід до обговорення справи спочатку у загальному вигляді, потім на більш конкретному рівні із повторенням ключових ідей, і сама комунікативна ситуація завершується або принциповою згодою, або «згортанням» зустрічі (якщо вона не може завершитися такою згодою). Американський комунікативний стиль, одразу беручись до суті справи, вдається до підвищення голосу та агресивних нот у мові і спрямований на швидке досягнення мети переговорів. Французька ділова мовна стратегія використовує риторику та логіку як ключові засоби конструювання комунікативного акту; відповідно у структурі мовного акту витончена презентація ідей у першій фазі (до критичної точки) передує аргументації та контраргументації, після чого йде

фінальне обговорення як риторична гра з метою виграти справу. Шведська ділова мовна стратегія виходить з відчуття рівності та характеризується прагненням до досягнення консенсусу, згоди, що влаштовувала б усіх учасників комунікації, виходячи з егалітарного ставлення та поваги до всіх точок зору. Німецька ділова мовна стратегія орієнтується на пряме викладення справи на шкоду дипломатії, наголошуючи на фактажі та уточнюючи деталі роботи у перспективі. Англійський стиль ділових переговорів передбачає мовчазну згоду на компроміс від самого початку, вислуховування всіх точок зору та подолання будь-яких суперечностей за допомогою гумору з міркувань гармонії. Слід відзначити, що за умов говоріння іноземною мовою стиль залишається автентичним (тобто німець, говорячи англійською, дотримується у своїй мовній стратегії німецької структури) [13].

Далі особливості різних культурних систем у розставленні цільових акцентів визначають саму можливість протікання комунікації. Наприклад, у таких країнах, як Сполучені Штати Америки, Німеччина та країни Скандинавії, де ділові якості та робота стоять вище за особистісні в ієрархії цінностей у суспільстві, найліпшим партнером буде розглядатися той, хто здатний проявити емпіричні докази того, що він може бути найбільш вигідним в професійному сенсі. Тим часом у таких країнах, як Італія, Бразилія, Японія, Саудівська Аравія, Сінгапур, де дуже важливе значення мають міжособистісні стосунки, ділова кооперація розпочинається, якщо зроблено висновок про належність потенційного партнера до типу людей, з якими співпраця обіцяє бути приємною.

Подібні розбіжності мають місце у сфері преференцій стосовно встановлення термінів діяльності та кількості завдань, які плануються одночасно. Так, у різних культурах по-різному розуміють поняття «терміновості»: вона може варіювати як термін від кількох днів (американці) і до кількох місяців (східні країни). В різних культурних регіонах також по-різному ставляться до кількості роботи, що може виконуватися одночасно. Наприклад, у деяких культурах існують тенденції до роботи в одному напрямку, а в інших — одразу у кількох напрямках [14].

Комунікативні норми, зумовлені статтю

Категорія соціальної статі (gender) є важливим вододілом для всіх суспільств. Бути народженим хлопчиком чи дівчинкою має довгострокові наслідки для подальшої долі індивіда у спільноті. Соціальна стать впливає на поведінку та її сприйняття; в тому числі, вона визначає мову, якою послуговується індивід, та яка

використовується стосовно нього [15]. Найраніша із задокументованих фіксацій розбіжностей у мовленні чоловіків та жінок стосується XVII ст. (звіт від 1665 р.) і повідомляє про населення Антільських островів Карибського басейну, що чоловіки та жінки цього регіону розмовляють різними мовами [16]. Незважаючи на проблематичність існування такого явища на практиці (очевидні фатальні ускладнення у спілкуванні між чоловіками і дружинами та між батьками і дітьми), розбіжності у словниках представників різних статевих груп у межах однієї культури можуть бути доволі суттєвими і бути пояснені (зокрема, історично). Більш надійні свідчення про зумовлені статтю мовні розбіжності було отримано на початку XX ст. у ході досліджень, проведених Вальдемаром Богоразом (1922), який встановив розбіжності у вимові чоловіків та жінок у чукчів (заміна жінками приголосних *к та р* у чоловічій вимові на *с*). Е. Сепір у своїх дослідженнях корінних американських племен вказує на особливості вимови чоловіків у спілкуванні у чоловічих групах і у жінок у звертанні до жінок, а також у дотриманні оригінальної вимови у передаванні мови третьої особи [17]. Доволі часто трапляється, що у мові існують розведені терміни для позначення родинних зв'язків для чоловіків та жінок; іншою категорією розбіжностей вокабуляру є слова-назви частин тіла та предметів господарства (чоловічої та жіночої спеціалізації) [18].

З іншого боку, велика кількість англословних досліджень вивчали існування різних займенників та прикладок, специфічних у вживанні у звертаннях до чоловіків чи жінок, а також у називанні чоловіків чи жінок як третьої особи. Так, система займенників у германських мовах має маркер статі лише у формі третьої особи однини, тобто коли двоє людей розмовляють про третього (*he/him, she/her, it* (англ.); *er/ihm, sie/ihr*, *es* (нім.) тощо). У романських мовах статі специфікується у займенниках у формі третьої особи множини (*ils/elles* (фр.); у непрямих відмінках статі не сигналізується ані у множині (*leur*), ані в однині (*lui*)). Розмовна арабська мова має маркер статі у другій особі однини у звертанні до жінки та до чоловіка. У японській мові існують різні слова для вжитку у ролі займенника першої особи однини «я» залежно від статусів осіб, що вступають у комунікацію. Формальний вжиток передбачає використання форм *watashi* та стилістично піднесеної форми *watakushi* як чоловіками, так і жінками. У менш формальному спілкуванні форма *atashi* властива тільки жінкам, *boku, ore* — тільки чоловікам; однак, наприклад, студентки японських університетів вдаються до форми *Boke* задля того, щоб у пи-

танні академічних успіхів розглядатися на однаковій основі із студентами чоловічої статі [19].

Мовний репертуар та комунікативні практики чоловіків і жінок у суспільстві значно різняться між собою і видають різні орієнтири; спілкуванні, що неодноразово ставало предметом досліджень [20]. Комунікативні стратегії представників різних статей, як показують результати, наголошують на різних частинах розмови, використовують елементи розмови в різних функціях, використовують різні мовні стратегії, вокабуляр тощо. Так, було встановлено, що жінкам властиво вдаватися до інтегративної комунікативної стратегії значно частіше, ніж чоловікам (жінки ставлять утричі більше запитань, ніж чоловіки).

В результаті досліджень Барбари Джонстоун [21] було встановлено структурні розбіжності в оповіданнях про пережиті події (story telling) у виконанні чоловіків та жінок і виділено ключові елементи в оповідах представників обох статей. Так, у чоловічих історіях персонаж завжди чоловік і, як правило, це сам оповідач; такі історії звертаються до індивідуальної реальності і містять переказ сутичок між індивідами чи викликів з боку зовнішніх сил з детальним описом подробиць простору, часу та інших особливостей ситуації. Головними смисловими наголосами в них є підкреслення вмін, винахідливості та героїзму головного героя (оповідача), які йому стали в пригоді. Щодо жіночих наративів, то в них протагоністом виступає, як правило, інший індивід, ніж оповідачка, і він може бути як жінкою, так і чоловіком; описувана дія відбувається у соціальному контексті, де підкреслюються прийняті норми та побоювання опинитися за їх межами; в центрі оповідання опиняється також дія разом з кимсь іншим, тобто наголошується взаємозалежність у вчинках; часто вставляються деталі опису персонажів, їх імена, діалоги. Центральним мотивом жіночих оповідань є переповідання почуттів остраху та розгубленості, що переживались у ситуації, а вміння та успіх у подоланні описуваної ситуації представляються як суто випадкові, такі, що щасливо трапилися [22].

З іншого боку, на основі даних практичних досліджень можна говорити про вживанні жінками численні мовні стратегії, спрямовані на підтримання, продовження та зміну напрямку розмови. За даними Памели Фішмен [23], жінки виконують більше за обсягом роботи з підтримання теми розмови у спілкуванні, ніж чоловіки. Закріплення цих мовних практик може походити від розбіжностей між прийнятими модусами спілкування із немовлятами жіночої та чоловічої статі [24]. У згаданий роботі фіксуються

способи ініціації розмови, використані жінками під час експерименту. Так, часто відзначається вжиток висловлювань (*attention beginnings*), які заохочують увагу співбесідника та виправдовують висловлення, що за ними слідує; наприклад, «цікаво, чи» тощо. До цієї стратегії в ході експерименту жінки вдавалися вдвічі частіше, ніж чоловіки.

Далі ставлення запитань як стратегія забезпечення продовження розмови за рахунок реплік у відповідь також виявилось більш властивим жінкам (кількісно жінки у два з половиною рази перевищують використання цієї стратегії чоловіками) [25].

Зрештою, використання усталених виразів-запитань («А знаєш що?...»), які ініціюють запуск певної теми для обговорення, виявилось також більш популярним серед жінок.

Отже, за результатами цих досліджень можна говорити про специфічну зумовлену статтю комунікативну спеціалізацію. Проаналізовані дані дозволяють виділити чоловічі та жіночі функції у процесі розгортання спілкування у випадку діадних пар, зокрема підтримання жінками комунікативного потоку, заохочення розгортання обговорюваної теми і часто саму ініціацію розмови, тим часом як за напрямок розмови та факт її існування відповідає, ймовірно, чоловік.

Вірогідно, факт наявності розбіжностей між чоловічими та жіночими комунікативними стратегіями має універсальний характер, оскільки всі культури знають диференціацію сфер, атрибутованих як чоловічі чи жіночі. А там, де існують розбіжності між членами спільноти, лінгвістичні та стилістичні варіації постають як відображення та підкріплення існуючої дифе-

ренціації. В багатьох мовах мовні стилі чоловіків та жінок варіюють у частотності використання певних варіантів вимови, граматичних конструкцій та лексики. Гендерно-специфічних патернів у буквальному смислі слова не існує; швидше, виділяються мовні стилі, що культурно атрибутовуються або чоловікам, або жінкам. Доцільно розрізняти мови, де чоловіки та жінки використовують властиві їм альтернативні лінгвістичні стилі, що відповідають приписам соціальної статі, а також мови, де чоловіки та жінки проявляють статистично більшу схильність до вживання тих чи інших лінгвістичних форм. Деякі з таких мовних стилів стали стереотипними у сприйнятті типово жіночих чи типово чоловічих комунікативних стилів.

Таким чином, культурні системи різняться за організацією властивих їм каналів передачі інформації та за принципами роботи з нею. Різні культурні системи можуть називати ввічливістю протилежні поведінкові стратегії, віддавати перевагу прямим чи непрямим формам висловлювання, привілеювати вербальний чи невербальний канал для трансляції певного роду повідомлень. Культури також можуть не збігатися між собою за своїми ритмами здійснення взаємодії, відчуттям комунікативного часу, рівнем використання контексту у спілкуванні, загальним комунікативним сценарієм та значенням його елементів. Жінки й чоловіки в різних культурних спільнотах можуть використовувати різні мовні стилі та послуговуватися різними вокабулярами. Всі ці розбіжності є помітними тільки у своїх наслідках; проте, беручи до уваги їх системність та співвіднесеність із рештою культурних характеристик, для антропологів їх причини є цікавими самі по собі.

1. Hall E. T. *Understanding Cultural Differences: Keys to Success in West Germany, France, and the United States*. — Main: Intercultural Press, 1990. — P. 4—6.
2. Ibid. — P. 12—13.
3. Ibid. — P. 12.
4. Argile M. *Inter-cultural Communication // Cultures in Contact. Studies in Cross-Cultural Interaction* / Ed. by S. Bochner. — Oxford: Pergamon Press, 1985. — P. 61—79; *Holtgraves Th. The Linguistic Realization of Face Management: Implications for Language Production and Comprehension, Person Perception, and Cross-Cultural Communication // Social Psychology Quarterly*. — 1992. — Vol. 55. — Issue 2 (Special issue: Theoretical Advances in Social Psychology). — P. 141.— P. 154.
5. Кронгауз М. А. Обращения как способ моделирования коммуникативного пространства // *Логический анализ языка. Образ человека в культуре и языке* / Отв. ред. Н. Д. Арутюнова, И. Б. Левонтина. — М.: Индрик, 1999. — С. 124—134.
6. Talbot M. M. *Language and Gender: An Introduction*. — Cambridge: Polity Press, 1998. — P. 90.
7. Ibid. — P. 90.
8. Argile M. *Inter-cultural Communication // Cultures in Contact. Studies in Cross-Cultural Interaction* / Ed. by S. Bochner. — Oxford: Pergamon Press, 1985. — P. 61—79. — P. 64.
9. Henley N. M, *Cramarae Ch. Gender, Power and Miscommunication // Miscommunication and Problematic Talk* / N. Coupland, H. Giles, J. M. Wiemann (Eds.). — London: SAGE Publications, 1991. — P. 18—43.
10. Хренников О. Типология и структура невербальных проявлений агрессивного поведения в различных этнических группах. — Автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. биол. наук по спец. 03.00.13. — Физиология людей и животных. — Симферополь: СГУ им. М. В. Фрунзе, 1997.
11. Argile M. *Inter-cultural Communication // Cultures in Contact. Studies in Cross-Cultural Interaction* / Ed. by S. Bochner. — Oxford: Pergamon Press, 1985. — P. 61—79.
12. Ibid. — P. 70; *An Approach to Intercultural Communication* / W. B. Gudykunst, Y. Y. Kim (Eds.). — Boston, McGraw Hill, 1997, — P. 91.
13. *An Introduction to Cultural Influences in the International Business Arena // Cultural Awareness Training and Consultancy. International Communication Training* / Ed. by K. Warburton. — Whitehall, Stockbridge, 1996. — P. 29—31.
14. Ibid. — P. 18—21.
15. Talbot M. M. *Language and Gender. An introduction*. — Cambridge: Polity Press, 1998. — P. 3—6.
16. Ibid. — P. 251—254.

17. Ibid., — P. 251.
18. Ibid. — P. 252.
19. Ibid. -V- P. 4.
20. *Johnstone B.* Stories, Community and Place: Narratives from Middle America. — Bloomington: Indiana University Press, 1990; *Silberstein S.* Ideology as process: gender ideology in courtship narratives // *Todd A. A., Fisher S.* Gender and Discourse: The Power of Talk. — Norwood, NJ: Albex, 1988; *Talbot M. M.* Fictions at Work: Language and Social Practice in Fiction. — London: Longman, 1995.
21. *Johnstone B.* Stories, Community and Place: Narratives from Middle America. — Bloomington: Indiana University Press, 1990.
22. *Talbot M. M.* Language and Gender. — Cambridge: Polity Press, 1998. — P. 58.
23. *Fishman P.* Interaction: the work women do // Language, gender and society / B. Thome, N. Henley, C Cramarae (Eds.). — Powley, MA: Newbury Press, 1983. — P. 89—101. Цих за: *Talbot M.M.* Language and Gender. — Cambridge: Polity Press, 1998. — p.239.
24. *Talbot M. M.* Language and Gender. — Cambridge: Polity Press, 1998. — P. 239.
25. Ibid.— P. 240.

K. S. Maltseva

COMMUNICATION NORM IN CULTURE: MEN'S AND WOMEN'S LANGUAGE STYLES

Present article focuses on the problematic of communication norm, i.e. cross-cultural discrepancies in communicative channel choices as a factor chargeable for complications in transmitting messages in intercultural encounters. Gender-exclusive patterns in speech -within different cultures are taken for the case study.